

Certyfikowany handlowiec

Cel szkolenia

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do wygrywania w procesie sprzedaży, dzięki dostarczeniu im wiedzy na temat zawansowanych technik sprzedaży, rozwojowi konkretnych umiejętności oraz dostarczeniu im skutecznych narzędzi do zastosowania w praktyce.



Korzyści ze szkolenia

Uczestnicy szkolenia poznają wszystkie aspekty sztuki sprzedaży oraz rozwiną te spośród umiejętności, które determinują sukces w sprzedaży. Dzięki temu szkoleniu uczestnicy będą popełniać mniej błędów w procesie sprzedaży oraz będą stosować skuteczne techniki sprzedażowe, co w prostej linii przyczyni się do wygrywania na coraz trudniejszym logistycznym rynku.

Blisko 90% handlowców żyje w przeświadczeniu, że wiedzą i potrafią wszystko lub prawie wszystko, a winę za brak dynamiki ich sprzedaży ponosi rynek, chimeryczni klienci bądź ich własna firma. Dopiero zagregowane wyniki z anonimowych ankiet dowodzą, że blisko 70% z nich przyznaje się do potrzeby rozwoju wybranych kompetencji, które determinują sukces w sprzedaży. Rynek XXI wieku jest bezlitosny i weryfikuje wszystko! Klienci wymagają więcej, wybierają często z kilkunastu konkurencyjnych ofert, a na rynku wygrywają ci sprzedawcy, którzy świadomie sięgają po nowe narzędzia dla wygrywania na trudnym, konkurencyjnym rynku.

Program szkolenia



- Przygotowaliśmy dla Państwa **5 jednodniowych szkoleń**, które dostarczą Wam sprawdzonych technik i narzędzi dla skutecznej sprzedaży
- W formule „*case study*” **przećwiczymy najtrudniejsze z możliwych sytuacji biznesowych**
- Po zakończeniu każdej sesji szkoleniowej uczestnicy **otrzymają od trenera zadanie domowe**, dla weryfikacji skuteczności zastosowania wypracowanych podczas szkolenia narzędzi
- Zagwarantujemy Wam **3 - miesięczny E-coaching**, podczas którego trener będzie do Waszej dyspozycji dla skutecznego wdrażania wypracowanych podczas szkolenia narzędzi

To, co musisz wiedzieć i potrafić! ABC skutecznego handlowca.

Program szkolenia

1. Przygotowanie do spotkania sprzedażowego

- Co należy przygotować? o jakie elementy zadbać? co przewidzieć?
- Co należy wiedzieć o kliencie?
- Co należy wiedzieć o osobach ze strony klienta
- Cel/cele spotkania (**SMART**)
- Plan i strategia spotkania

2. Rozpoczęcie spotkania i nawiązanie relacji

- Pierwsze minuty kontaktu z klientem i 1-sze wrażenie (*równanie Mehrabiana*)
- Sztuka autoprezentacji i tworzenie wizerunku profesjonalisty
- Budowanie zaufania u klienta

3. Identyfikacja i analiza potrzeb klienta

- Dochodzenie do sedna sprawy - określenie jakie jest **stanowisko**, a jakie są **rzeczywiste interesy** klienta
- **Interesy klienta** a motywacja kupna
- Zasady identyfikowania potrzeb klienta

4. Wstępna prezentacja oferty językiem korzyści

- Cechy/zalety i korzyści wynikające z oferty dla zaspokojenia potrzeb klienta: **P-C/Z-K**
- Zasada: biznesowe konkrety = minimum znaków = maksimum treści
- „*Szycie na miarę potrzeb*” - dopasowanie oferty do typu klienta (*rodzaju i specyfiki biznesu*)

5. Skuteczne radzenie sobie z obiekcjami/zastrzeżeniami klienta

- Zastrzeżenia, czyli początek prawdziwej sprzedaży!
- Jeżeli klient na starcie godzi się na twoje propozycje - to jest darmowym twoim pracownikiem!
- Umiejętne rozpoznawanie rodzajów obiekcji
- Techniki skutecznego argumentowania, rola i siły argumentów
- Umiejętne wykorzystywanie obiekcji klienta dla rozwoju twojego biznesu

6. Tworzenie profesjonalnej ostatecznej oferty dla klienta

- Składowe oferty i oferty pakietowe
- Realizacja celów biznesowych za pomocą oferty
- Lepiej jest mniej obiecać i dotrzymać słowa, aniżeli obiecywać i utracić wiarygodność!
- Zasady tworzenia profesjonalnej oferty

7. Skuteczna finalizacja sprzedaży - podpisywanie umowy

- Powody, dla których handlowcy często obawia się momentu zamknięcia?
- Analiza mowy ciała rozmówcy - „*Vademecum gestów*” = sygnały gotowości zakupu
- **Techniki finalizacji sprzedaży**
- Triki i gry ze strony klienta - recepty i narzędzia neutralizacji
- Techniki zamykania sprzedaży - lista
- Najczęściej robione błędy podczas zamykania rozmowy handlowej

5. Praca domowa dla handlowców

- Praca domowa w postaci zadań do realizacji zostanie dostarczona handlowcom niezwłocznie zakończeniu każdej sesji szkoleniowej
- Czas realizacji konkretnych zadań dla handlowca - czas pomiędzy kolejnymi sesjami
- Wyniki realizacji zadań spłyną do trenera na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem kolejnej sesji szkoleniowej - potrzeba analizy wyników
- Analiza wyników posłuży trenerowi na ich wykorzystanie do modyfikacji kolejnej sesji szkoleniowej
- Wyniki realizacji zadań oraz uwagi handlowców poznamy na początku kolejnych sesji szkoleniowych
- Zadania do realizacji będą dotyczyły tych zagadnień/obszaru biznesu, które determinują poziom biznesu i z którymi handlowcy mają największe problemy

Metodologia szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.

- Ćwiczenia, rozwiązywanie realnych sytuacji, konkretnych problemów uczestników szkolenia przez nich samych z pomocą trenera (*ćwiczenia te są realizowane indywidualnie, w parach, w grupach*)
- Dyskusje moderowane
- Feedback trenera (*komentarze, oceny, naprowadzanie na optymalne rozwiązania = facylitacja, sugestie rozwiązań*)
- Analiza studiów przypadków (*case study's*)
- Odgrywanie ról - scenki + video feedback (*na życzenie klienta*)
- Interaktywne mini wykłady (*do 20% czasu szkolenia*)
- Indywidualne prace nad rozwojem kompetencji w określonych obszarach
- Testy i kwestionariusze (*uczestnicy dowiedzą się więcej na swój temat*)
- Gry i zabawy szkoleniowe (*„energizer's”*)

Metody, techniki, narzędzia szkoleniowe



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.

1. Obrona ceny. umiejętność przesuwania zagadnienia ceny na koniec procesu sprzedaży

- Trzymanie się planu sprzedaży
- Postawa profesjonalnego biznesmena
- Asertywność w obronie własnej ceny na towar
- Pamiętaj o tym, że „jeżeli twój klient od razu akceptuje twoje warunki, to jest on darmowym pracownikiem twojej firmy!”
- Prawdziwa sprzedaż rozpoczyna się wówczas, gdy klient wreszcie powie „nie”
- Zrób racjonalne założenie, że po drugiej stronie stołu siedzi doświadczony i dobrze przeszkolony fachowiec!
- Twoje zachowanie/postawa w sytuacji, gdy klient zakwestionuje twoją cenę - pierwsza minuta, pierwsze zdanie
- Techniki przesuwania zagadnienia ceny na koniec rozmowy handlowej
- Parafraza używana dla przesuwania zagadnienia ceny na koniec rozmowy handlowej
- Monolog sokratesa oraz inne skuteczne techniki

2. Obrona ceny. kluczowe parametry sprzedaży

- Co to jest cena – budowa ceny
- Co to jest narzut? liczenie narzutu
- Co to jest marża liczenie marży
- Co to jest rentowność biznesu? liczenie rentowności biznesu
- Co to jest wolumen sprzedaży?
- Plan sprzedaży vs rentowność sprzedaży
- W jaki sposób liczyć zwrot z inwestycji, czyli co to jest „*incremental*”

3. Asertywność w kontakcie handlowym a rentowność biznesu

- Znaczenie postawy asertywnej dla skuteczności handlowca
- Komunikowanie się „*otwartym tekstem*” z klientem!
- Typy klientów i odpowiednie zachowanie handlowca
- Kiedy klient nami manipuluje?
- Skuteczna obrona przed manipulacją
- Skuteczniejsze techniki asertywne (*obrona m.in. przed manipulacją*)
- Prawa handlowca w procesie sprzedaży
- Rentowność biznesu a asertywność handlowca



ZADANIE DOMOWE DLA UCZESTNIKÓW

- Praca domowa w postaci zadań do realizacji zostanie dostarczona handlowcom niezwłocznie zakończeniu każdej sesji szkoleniowej
- Czas realizacji konkretnych zadań dla handlowca - czas pomiędzy kolejnymi sesjami
- Wyniki realizacji zadań spłyną do trenera na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem kolejnej sesji szkoleniowej - potrzeba analizy wyników
- Analiza wyników posłuży trenerowi na ich wykorzystanie do modyfikacji kolejnej sesji szkoleniowej
- Wyniki realizacji zadań oraz uwagi handlowców poznamy na początku kolejnych sesji szkoleniowych
- Zadania do realizacji będą dotyczyły tych zagadnień/obszaru biznesu, które determinują poziom biznesu i z którymi handlowcy mają największe problemy

Metodologia szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.

- Ćwiczenia, rozwiązywanie realnych sytuacji, konkretnych problemów uczestników szkolenia przez nich samych z pomocą trenera (*ćwiczenia te są realizowane indywidualnie, w parach, w grupach*)
- Dyskusje moderowane
- Feedback trenera (*komentarze, oceny, naprowadzanie na optymalne rozwiązania = facylitacja, sugestie rozwiązań*)
- Analiza studiów przypadków (*case study's*)
- Odgrywanie ról - scenki + video feedback (*na życzenie klienta*)
- Interaktywne mini wykłady (*do 20% czasu szkolenia*)
- Indywidualne prace nad rozwojem kompetencji w określonych obszarach
- Testy i kwestionariusze (*uczestnicy dowiedzą się więcej na swój temat*)
- Gry i zabawy szkoleniowe (*„energizer's”*)

Metody, techniki, narzędzia szkoleniowe



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.

Jak uryć więcej z tego biznesu?

Obsługa po-sprzedazowa + Cross i Up-selling


 Program szkolenia

A. OBSŁUGA PO-SPRZEDAŻOWA KLIENTA

Budowanie i utrzymywanie trwałych, dobrych relacji z klientem

- umiejętne budowanie lojalności klienta
- Biznesowy monitoring biznesu klienta z poziomu naszej firmy
- Nasze aktywności poza biznesowe dla budowania trwałych relacji
- Etyka w biznesie, czyli ABC „*Savoir –vivre*” w kontaktach z klientem - zasady
- Oby podtrzymywania kontaktów
- Handlowiec w roli doradcy klienta
- Działania poza biznesowe - lista tych dopuszczalnych
- Pamiętaj, że na każdym etapie procesu sprzedaży, czyli również teraz - „*Klient kupuje najpierw Ciebie a potem twoje dodatkowe usługi/produkty*”
- Informowanie o biznesowych okazjach - patrzymy na biznes oczami klienta
- Rozwój i sukcesy klienta - okazja do wartości dodanej

B. CROSS-SELLING I UP-SELLING

- Co to jest cross-selling i up-selling?
- Cross-selling. Koncepcja sprzedaży krzyżowej - komplementarnej/uzupełniającej
- Up-selling. Koncepcja sprzedaży dodatkowej - poprzez podnoszenie wartości i funkcjonalności zakupionych towarów
- Myślenie cross-sellingowe i up-sellingowe - bezwzględny wymóg naszych czasów!
- Maksymalizacja zysków z jednej transakcji
- Struktura rozmowy sprzedażowej w formule cross-sellingu i up-sellingu
- Na którym etapie sprzedaży stosować cross-selling i up-selling?
- Formuła: Cecha - Zaleta - Korzyść na usługach cross-sellingu i up-sellingu
- Potrzeby klienta a cross-selling i up-selling
- Jak pomóc klientowi podjąć decyzję zakupu wykorzystując ideę cross-sellingu i up-sellingu?
- Techniki „*otwierania portfela*” Klientów
- Narzędzia cross-sellingu i up-sellingu:
 - Jak korzystać z bazy Klientów?
 - Klasyfikacja potencjalnych Klientów
 - Klasyfikacja generalna
 - System pięciogwiazdkowy
 - Wybór klientów (*firm/nazwisk*) z listy
- Cross-selling i up-selling w praktyce
- Najlepsze wzorce! Mc Donald’s, Shell, Stat Oil, - mistrzostwo cross-sellingu.
- Tworzenie trwałej więzi z klientem w cross-sellingu i up-sellingu
- Korzyści z cross-sellingu i up-sellingu:
 - dla klienta
 - dla nas
- Ćwiczenia praktyczne z cross-selling’u i up-selling’u - przykłady uczestników szkolenia!

ZADANIE DOMOWE DLA UCZESTNIKÓW

- Praca domowa w postaci zadań do realizacji zostanie dostarczona handlowcom niezwłocznie zakończeniu każdej sesji szkoleniowej
- Czas realizacji konkretnych zadań dla handlowca - czas pomiędzy kolejnymi sesjami
- Wyniki realizacji zadań spłyną do trenera na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem kolejnej sesji szkoleniowej - potrzeba analizy wyników
- Analiza wyników posłuży trenerowi na ich wykorzystanie do modyfikacji kolejnej sesji szkoleniowej
- Wyniki realizacji zadań oraz uwagi handlowców poznamy na początku kolejnych sesji szkoleniowych
- Zadania do realizacji będą dotyczyły tych zagadnień/obszaru biznesu, które determinują poziom biznesu i z którymi handlowcy mają największe problemy

Metodologia szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.

- Ćwiczenia, rozwiązywanie realnych sytuacji, konkretnych problemów uczestników szkolenia przez nich samych z pomocą trenera (*ćwiczenia te są realizowane indywidualnie, w parach, w grupach*)
- Dyskusje moderowane
- Feedback trenera (*komentarze, oceny, naprowadzanie na optymalne rozwiązania = facylitacja, sugestie rozwiązań*)
- Analiza studiów przypadków (*case study's*)
- Odgrywanie ról - scenki + video feedback (*na życzenie klienta*)
- Interaktywne mini wykłady (*do 20% czasu szkolenia*)
- Indywidualne prace nad rozwojem kompetencji w określonych obszarach
- Testy i kwestionariusze (*uczestnicy dowiedzą się więcej na swój temat*)
- Gry i zabawy szkoleniowe (*„energizer's”*)

Metody, techniki, narzędzia szkoleniowe



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.

Prospecting. Sztuka zdobywania nowych oraz odzyskiwania utraconych klientów.



A. BAZY I WARTOŚCIOWANIE KIENTÓW

- Tworzenie efektywnej listy potencjalnych klientów
- Wartościowanie klientów
- Planowanie efektów sprzedażowych
- Prawo Wielkich Liczb a sukces w procesie zdobywania nowych Klientów

B. PIERWSZE KROKI DO ZDOBYCIA NOWEGO KLIENTA

- Umiejętne umawianie spotkań (*telefon, pierwszych 5 zdań, ...*)
- Czas umawiania:
 - pora dnia
 - dzień tygodnia
 - dzień miesiąca
 - czas urlopów
 - czas nasilenia zadań
 - inne aspekty wyboru terminu/godziny
- Zasady wywierania 1-szego wrażenia podczas:
 - rozmowy telefonicznej
 - bezpośredniego spotkania z klientem

1. Kotwica, czyli musisz się gdzieś zaczepić inaczej wracaj do domu!

- Technika zdobywania przyczółków – próba i szansa
- Budowanie zaufania u naszego potencjalnego klienta
- Manipulacja „etyczna” (*która finalnie przynosi korzyści obu stronom*)
- NLP dla zdobywania nowych Klientów

2. Jak nie stracić dotychczasowych klientów?

- Działania posprzedażowe - lista aktywności obowiązkowych
- Działania posprzedażowe - bycie Menedżerem klienta!
- Lista elementarnych zasad, aby nie stracić dotychczasowych Klientów

3. Jak „obudzić uśpionych” klientów?

- W jaki sposób wykorzystywać referencje i profesjonalny wizerunek Twojej firmy
- Skuteczne techniki prowokowania do spotkań ze starymi, utraconymi klientami
- Modelowe konstrukcje 1-szych skutecznych zdań

ZADANIE DOMOWE DLA UCZESTNIKÓW:

- Praca domowa w postaci zadań do realizacji zostanie dostarczona handlowcom niezwłocznie zakończeniu każdej sesji szkoleniowej
- Czas realizacji konkretnych zadań dla handlowca - czas pomiędzy kolejnymi sesjami
- Wyniki realizacji zadań spłyną do trenera na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem kolejnej sesji szkoleniowej - potrzeba analizy wyników
- Analiza wyników posłuży trenerowi na ich wykorzystanie do modyfikacji kolejnej sesji szkoleniowej
- Wyniki realizacji zadań oraz uwagi handlowców poznamy na początku kolejnych sesji szkoleniowych
- Zadania do realizacji będą dotyczyły tych zagadnień/obszaru biznesu, które determinują poziom biznesu i z którymi handlowcy mają największe problem

- Ćwiczenia, rozwiązywanie realnych sytuacji, konkretnych problemów uczestników szkolenia przez nich samych z pomocą trenera (*ćwiczenia te są realizowane indywidualnie, w parach, w grupach*)
- Dyskusje moderowane
- Feedback trenera (*komentarze, oceny, naprowadzanie na optymalne rozwiązania = facylitacja, sugestie rozwiązań*)
- Analiza studiów przypadków (*case study's*)
- Odgrywanie ról - scenki + video feedback (*na życzenie klienta*)
- Interaktywne mini wykłady (*do 20% czasu szkolenia*)
- Indywidualne prace nad rozwojem kompetencji w określonych obszarach
- Testy i kwestionariusze (*uczestnicy dowiedzą się więcej na swój temat*)
- Gry i zabawy szkoleniowe („energizer's”)

Metody, techniki
narzędzia szkoleniowe

Metodologia
szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.

Zarządzanie problemami i podejmowanie trafnych decyzji w pracy handlowca oraz „gladiator sprzedaży”. Kto wygrywa na rynku?



1. Problemy w pracy handlowca

- Problem jako efekt zmian - zmiana jako atrybut rozwoju - rozwój jako droga do sukcesów
- TEZA: Występowanie problemów w biznesie - warunek konieczny w gospodarce wolnorynkowej
- Lista problemów z jakimi spotykamy się podczas sprzedaży
- Lista problemów, których możemy uniknąć
- Autoanaliza przez handlowca własnej postawy, zachowań i czynności
- Umiejętne zarządzanie problemami. Jakie kompetencje są niezbędne w zawodzie handlowca
- Rozwiązywanie problemów w poszczególnych miejscach aktywności zawodowej handlowca
- Kreatywność i innowacyjność w rozwiązywaniu problemów
- Skuteczne strategie i techniki rozwiązywania problemów
- **ABC Erystyki**. Jak zarządzać sporami i konfliktami z klientem zewnętrznym i wewnętrznym
- Właściwa, skuteczna komunikacja - Nr 1. wśród umiejętności w obszarze rozwiązywania problemów
- **Rozwiązywanie problemów na każdym etapie pracy handlowca**

2. Decyzje w pracy handlowca

- Decyzje w procesie sprzedaży. O czym decyduje handlowiec w swojej firmie?
- Znaczenie zagrożeń w procesie decydowania
- Znaczenie budowania i realizacji celów w procesie podejmowania decyzji
- Strategie i techniki podejmowania decyzji
- Schemat profesjonalnego schematu decyzyjnego
- Zyski i straty a podejmowanie decyzji
- **Dobre praktyki w podejmowaniu decyzji determinujących pracę handlowca**

3. „Gladiator sprzedaży”. Kto wygrywa na rynku?

- Wiedza o rynku (*klient, rynek, konkurencja, realia rynkowa, koniunktura, trendy, ...*)
- Umiejętności:
 - znajomość technik sprzedaży i negocjacji
 - umiejętności interpersonalne (*komunikacja, inteligencja emocjonalna, ...*)
 - pozostałe umiejętności miękkie (*wywieranie wpływu, perswazja, mata programy, analiza transakcyjna, typy ludzkiej osobowości, obrona przed manipulacją, ...*)
- Napęd handlowca (*energia, nastawienie, samo motywacja, zaangażowanie, wiara w sukces, ...*)
- Doświadczenie
- Predyspozycje
- Talenty/zdolności
- Biznesowa mądrość
- Stawianie się w roli właściciela swojej części biznesu w Twojej firmie

ZADANIE DOMOWE DLA UCZESTNIKÓW:

- Praca domowa w postaci zadań do realizacji zostanie dostarczona handlowcom niezwłocznie zakończeniu każdej sesji szkoleniowej
- Czas realizacji konkretnych zadań dla handlowca - czas pomiędzy kolejnymi sesjami
- Wyniki realizacji zadań spłyną do trenera na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem kolejnej sesji szkoleniowej - potrzeba analizy wyników
- Analiza wyników posłuży trenerowi na ich wykorzystanie do modyfikacji kolejnej sesji szkoleniowej
- Wyniki realizacji zadań oraz uwagi handlowców poznamy na początku kolejnych sesji szkoleniowych
- Zadania do realizacji będą dotyczyły tych zagadnień/obszaru biznesu, które determinują poziom biznesu i z którymi handlowcy mają największe problem

- Ćwiczenia, rozwiązywanie realnych sytuacji, konkretnych problemów uczestników szkolenia przez nich samych z pomocą trenera (*ćwiczenia te są realizowane indywidualnie, w parach, w grupach*)
- Dyskusje moderowane
- Feedback trenera (*komentarze, oceny, naprowadzanie na optymalne rozwiązania = facylitacja, sugestie rozwiązań*)
- Analiza studiów przypadków (*case study's*)
- Odgrywanie ról - scenki + video feedback (*na życzenie klienta*)
- Interaktywne mini wykłady (*do 20% czasu szkolenia*)
- Indywidualne prace nad rozwojem kompetencji w określonych obszarach
- Testy i kwestionariusze (*uczestnicy dowiedzą się więcej na swój temat*)
- Gry i zabawy szkoleniowe („energizer's”)

Metody, techniki
narzędzia szkoleniowe

Metodologia
szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.